



## 소셜 빅데이터를 이용한 한국인의 여행트렌드 분석\*

- ‘가족여행’과 ‘나홀로여행’을 중심으로 -

Analysis of Korean Travel Trends Using Social Big Data:  
Focused on Family Travel and Solo Travel

이 미 경\*\*

Lee, Mi-Kyung

**요약** : 본 연구는 최근 화두가 되고 있는 가족여행과 나홀로여행을 중심으로 소셜 데이터를 수집하고 네트워크 분석을 적용하여 한국인의 여행트렌드를 분석하고자 하였다. 개별여행의 유형을 가족여행과 나홀로여행으로 세분화하였으며, 국내 대표 포털사이트인 네이버와 다음에서 각 검색 키워드를 이용하여 인터넷 사용자들이 생성한 텍스트 데이터를 수집하였다. 소셜 네트워크 분석결과 가족여행과 나홀로여행의 주요 연관 단어들을 도출하였으며, 여행(목적)지, 여행시기, 여행일수, 교통, 숙박형태, 여행선택, 여행동기, 여행예약 등 여행속성을 구분하여 가족여행과 나홀로여행의 여행행태를 비교하였다. 연결중심성, 근접중심성, 매개중심성, 아이겐벡터중심성 등 중심성을 통해 네트워크에서 각 노드(단어)들의 영향력을 파악하였으며, CONCOR 분석으로 가족여행과 나홀로여행의 네트워크에서 동일한 구조를 가지는 등위적 계층과 등위적인 노드(단어)들 간의 관계를 밝혔다. 본 연구는 여행트렌드 분석에 있어 전통적인 연구방법인 설문조사 혹은 전문가조사가 아닌 네트워크 분석을 적용하였다는 점에서 차별화되며, 특히 과학적이고 체계적인 접근법으로 인식되고 있는 빅데이터 분석을 통해 시간과 비용을 절감하면서 연구의 효율성을 높일 수 있었다는 점에서 의의가 있다. 본 연구는 정치, 경제, 사회, 환경, 기술 변화에 민감한 관광시장의 트렌드와 동향을 파악할 수 있는 새로운 시도라 할 수 있으며, 학술적인 차원에서뿐만 아니라 실무적인 차원에서도 활용가치가 있을 것이다.

**핵심어** : 소셜빅데이터, 가족여행, 나홀로여행, 혼자여행(혼행), 소셜네트워크분석

**ABSTRACT** : This study analyzed Korean travel trends using big data focused on family travel and solo travel as emerging world tourism trends. FIT is divided into family travel and solo travel. Social data were collected using search keywords of “family travel” and “solo travel,” and social network analysis was utilized. The results of analysis showed word frequency, n-gram (2-gram) frequency, travel attributes, centrality, and structural equivalence in the networks of family travel and solo travel. This study is meaningful in adopting network analysis as a new methodology and improving the efficiency of research by saving time and cost through big data analysis. This study can be useful as academic material in showing not only travel behaviors of family and solo travelers but also Korean cognition of each travel type.

**Key words** : Social big Tdata, Family travel, Solo travel, Social network analysis(SNA)

\* 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2017S1A5B5A07063927)

\*\* 영남대학교 대학원 디지털융합비즈니스학과 시간강사. e-mail: gomkleel@gmail.com

## I. 서 론

지난 수십 년 동안 관광은 지속적인 성장과 다양화를 경험하면서 세계에서 가장 빠르게 성장하는 경제 분야 중 하나가 되고 있다(http://www2.unwto.org/content/why-tourism). 환경변화에 민감하고 정보 의존도가 높은 관광산업은 급변하는 트렌드를 신속하게 파악하고 관광객들의 욕구와 수요를 충족시킬 수 있는 최적화된 관광서비스를 제공하는 것이 관광경쟁력 제고에 있어 핵심 과제이다. 이러한 노력의 일환으로 UNWTO, OECD 등 국제기구들은 관광시장 트렌드 및 세계관광지표 등을 발표하고 있으며, 국내에서도 문화체육관광부, 한국관광공사 등 정부부처 및 유관기관을 중심으로 외래관광객실태조사, 국민여행실태조사 및 각종 조사 결과를 토대로 내외국인 관광객의 여행트렌드 및 여행행태를 파악하고 있다. 최근 세계 관광트렌드로 개인화된 맞춤형 자유여행의 확산, 나홀로여행과 가족여행의 증가, 온라인을 통한 여행정보 공유와 관광마케팅 활성화, 빅데이터 기반 맞춤형 관광서비스 등이 화두가 되고 있다(최경은·안희자, 2014; 한국문화관광연구원, 2015; 한국문화관광연구원, 2016). 문화체육관광부는 2014년 1월부터 2016년 10월까지 블로그, 커뮤니티, 페이스북, 트위터 등 소셜 네트워크 서비스를 이용한 빅데이터 분석결과, 소비와 여행분야에서 '1인 가구', '혼자여행(혼행)'이 주요 키워드로 부상하고 있음을 밝혔다(문화체육관광부 보도자료, 2017. 3. 2). 한국관광공사는 2015년 10월부터 2017년 9월까지 소셜미디어(트위터, 페이스북, 인스타그램, 유튜브)와 포털미디어(블로그, 포럼, 뉴스미디어)내 국내여행 버즈를 이용한 소셜 빅데이터 분석과 관광전문가 조사를 통해, 2017/2018 여행 트렌드 중 하나로 '나홀로여행'을 선정하였다(한국관광공사 보도자료, 2017. 12. 14). 문화체육관광부와 한국관광공사의 빅

데이터 분석결과에서도 나타나듯이 '혼자여행' 혹은 '나홀로여행'은 국내에서 새로운 여행트렌드로 자리매김하고 있다. 통계청에 따르면, 2020년 한국의 전체 가구 중 1인 가구의 비중이 30.1%를 차지할 것으로 전망하고 있으며(http://kosis.kr), 1인 가구의 증가는 혼자서 여행하는 사회분위기의 확산과 더불어 관광산업의 구조변화에도 적지 않은 영향을 미칠 것이다. 관광선진국인 홍콩은 2003년도에 이미 '나홀로여행 정책(solo travel policy, STP)'을 시행하였으며, 중국인 나홀로여행객을 대상으로 단기 홍콩방문 절차를 간소화하여 홍콩의 패션소매사업 활성화에 기여하였다(Liu, Choi & Tak Lee, 2008).

세계 관광트렌드로 재조명되고 있는 가족여행은 다른 유형의 여행보다 더 빠른 속도로 성장하고 있으며, 관광목적지 마케터들은 가족여행에서의 여행트렌드, 여행동기, 여행행동, 의사결정, 여행지출 등을 파악하고 전략적으로 대응하여야 한다. 국내의 경우 문화체육관광부는 매년 내국인 여행참가자들을 대상으로 국민여행실태조사를 수행하고 있으며, 여행 선택 시 정보원, 동반자 유형, 예약서비스 이용, 여행상품 구매, 여행평가 등에서 개인여행과 가구여행의 여행행태를 분석하고 있다. 한국관광공사는 다양한 주제의 여행상품개발, 여행경비지원, 홍보마케팅 등 가족여행의 국내여행 활성화를 위해 심혈을 기울이고 있다. 이러한 분위기에 편승하여 가족단위 여행객의 국내 수요시장도 확대되고 있다. 가족여행은 나홀로여행 혹은 다른 유형의 동반자와 함께 하는 개별관광과 차별화하여 접근할 필요가 있으며, 해외에서는 관광객의 행동 관점에서 가족여행에 대한 다양한 연구들이 이루어지고 있다(김민형·장준호·황영현, 2013).

구글 트렌드(Google Trends)에서 가족여행과 나홀로여행에 해당하는 영어 검색어를 이용하여 2004년 이후부터 현재까지 전 세계 웹 검색량을 비교한 결과, 'family travel', 'family trip',

‘solo travel’, ‘solo trip’의 순으로 나타났으며, ‘solo travel’, ‘solo trip’ 검색어를 이용한 웹 검색량은 꾸준히 증가하고 있다(<https://trends.google.com/trends>). 국내 대표 포털사이트인 네이버는 구글 트렌드와 유사한 기능의 네이버 데이터랩을 통해 2007년 이후부터 특정 검색어에 대한 웹 검색량 추이 정보를 제공하였으나, 최근에는 2016년 1월 이후의 검색어트렌드만 살펴볼 수 있다. 구글 트렌드에서 전 세계적으로 가족여행의 검색량이 나홀로여행보다 높게 나타나고 있지만, 네이버 데이터랩의 검색어트렌드에서 나홀로여행 혹은 혼자여행의 검색어에 대한 웹 검색량은 가족여행의 웹 검색량을 상회하고 있다(<https://datalab.naver.com>). 정량적인 데이터인 웹 검색량은 해당 검색어에 대한 사람들의 관심을 반영해주며, 관광분야에서는 잠재관광객 혹은 관광수요를 예측하는 지표로 활용되고 있다(Lee, Yoon & Park, 2017a). 정책적인 차원에서 급변하는 관광트렌드 변화에 촉각을 세우고 미래전략을 수립하는 것은 당연지사이며, 학술적인 차원에서도 나홀로여행, 가족여행과 같은 트렌드 변화에 대한 관심과 다양한 접근이 이루어져야 한다.

앞서 기술한 것과 같이 국가적인 차원에서 소셜 빅데이터를 이용하여 관광시장의 변화를 파악하려는 사례는 늘어나고 있지만, 학술적인 차원에서 개별여행을 ‘나홀로여행’과 ‘가족여행’으로 세분화하여 여행유형별 트렌드 및 여행행태를 비교한 연구는 찾아보기 힘들다. 따라서 본 연구에서는 국내외적으로 이슈가 되고 있는 ‘나홀로여행’과 ‘가족여행’ 검색 키워드를 중심으로 소셜 데이터를 수집하고, 전통적인 실증연구방법과는 다른 접근법으로 네트워크 분석방법을 적용하여 한국인의 여행트렌드와 패턴을 고찰하고자 하였다. 우선 국내 관광시장의 주요 수요층을 나홀로여행객과 가족여행객으로 구분하고, 선행연구의 연구 결과를 바탕으로 각 그룹별 여행특성을 파악하였

다. 본 연구의 세부목적은 다음과 같다. 첫째, 나홀로여행과 가족여행의 개별관광 수요가 증가할 것으로 예상되고 있으나 각 여행유형별 여행트렌드, 여행행태 및 구조에 대한 분석은 아직까지 이루어지지 않고 있다. 따라서 본 연구는 국내 대표 포털사이트에서 인터넷 사용자들이 직접 생성한 온라인 정보를 활용하여 나홀로여행과 가족여행에 대한 한국인의 전반적인 인식을 알아보고자 한다. 둘째, 인터넷 사용자들에 의해 생성된 소셜 빅데이터와 네트워크 분석 방법을 이용하여 나홀로여행과 가족여행의 여행트렌드, 여행행태 및 숨겨진 인사이트를 도출하고자 한다. 즉, 여행목적지, 여행시기, 여행일수, 교통, 숙박형태, 여행선택, 여행동기, 여행예약 등 여행속성별로 각 유형의 여행트렌드와 특징을 분석하고자 한다. 셋째, 네트워크 분석의 주요 지표들을 통해 가족여행과 나홀로여행 네트워크에서 각 노드(단어)의 역할과 지위, 단어들 간의 의미 연결망 구조, 그리고 단어들 간의 관계구조를 파악하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 나홀로여행(solo travel)

혼밥(혼자 먹는 밥), 혼술(혼자 마시는 술), 혼행(혼자 하는 여행), 혼영(혼자 보는 영화), 1인과 경제를 뜻하는 1코노미(1conomy) 등과 같은 신조어의 등장은 국내 1인 가구의 증가에 따른 라이프 스타일 및 경제구조의 변화를 단적으로 보여주고 있다. 한국관광공사는 2017/2018 국내 여행트렌드로 S(staycation, 여행의 일상화, 근거리여행), T(travelgram, 여행스타그램, 여행주간), A(alone, 혼행, 휘게라이프), R(regeneration, 도시재생, 원도심여행), T(tourist sites in TV program, 여행예능, 드라마촬영

지)를 발표하였다(<http://kto.visitkorea.or.kr>). 이와 같이 관광에서 혼행, 나홀로여행이라는 키워드가 새로운 여행트렌드로 부상하고 있지만 나홀로여행에 관한 학술연구는 많지 않으며, 광의의 의미에서 개별여행, 단체관광과는 또 다른 관점에서 다루어져야 한다. 구글 스칼라에서 나홀로여행과 관련된 학술자료를 검색한 결과 2000년대 초반부터 나홀로여행에 대한 연구가 이루어지고 있었으며, 해외 학술논문으로는 Liu, Choi and Lee(2008), Radojevic, Stanisic and Stanic(2015) 등이 있다. Liu *et al.*(2008)은 홍콩의 나홀로여행 정책과 관련하여 중국인 관광객들의 만족도와 쇼핑 선호도에 대해 연구하였다. 연구결과 상품 스타일, 상품 다양성, 여행객에 대한 인식, 매장환경과 장식, 시각적인 상품, 매장 조명과 음악, 매장 위치 등 7개 항목에서 중국인 나홀로여행객의 쇼핑 만족도가 기대를 능가하였으며, 상품 품질, 가격, 서비스 품질에서는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 쇼핑 품목에서 중국인 나홀로 여행객들은 캐주얼웨어, 정장, 셔츠 순으로 홍콩 의류 제품을 선호하였으며, 비 의류제품의 경우 오디오·비디오 제품, 액세서리, 화장품을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 홍콩 패션 소매업자들의 고객 및 판매 서비스 개선에 기여하였다.

Radojevic *et al.*(2015)은 여행객의 범주를 나홀로여행객, 친구, 커플, 가족그룹으로 분류하고 빅데이터를 이용하여 각 범주별 호텔 이용객의 만족도를 비교하였다. 주요 내용으로 나홀로 여행객은 가족그룹보다 더 높은 기준치의 만족도를 보여주었으며, 나홀로여행객에 의해 평가된 2-스타 호텔은 가족그룹에 의해 평가된 5-스타 호텔보다 더 높은 평가를 받았다. 즉 동일한 조건에서 나홀로여행객이 호텔에 가장 높은 점수를 부여하였으며, 그 뒤를 이어 친구와 커플 그룹, 가족그룹 순으로 나타났다. 나홀로여행객 그룹은

무료 인터넷이나 와이파이 서비스를 제공하는 작고, 저렴하면서, 편리한 위치조건을 갖춘 호텔을 선호하였으며, 호텔 등급이나 브랜드는 덜 중요한 요소로 작용하였다. 그리고 문화적 차이는 나홀로여행객의 호텔 만족도 평가에 어느 정도 부정적인 영향을 미치고 있었다. 이에 반해 가족그룹은 비싸고, 브랜드 인지도가 있으며, 높은 등급의 호텔에 더 높은 점수를 부여하였으며, 에어컨과 로비에 있는 바와 같은 시설에는 특별한 가치를 부여하는 반면 무료 와이파이에는 낮은 가치를 부여한 것으로 나타났다.

국내 학술논문으로는 김미경·김지은(2016), 백혜진·이충기·김진옥(2015), 심창섭·김정아(2017), 유숙희·이훈(2017) 등이 나홀로여행의 여행동기, 제약요인, 여행경험의 본질 등에 대해 다루고 있다. 김미경·김지은(2016)은 나홀로여행 경험이 있는 대구경북지역 대학생 256명을 대상으로 설문조사를 하여 나홀로 여행동기에 따른 제약요인 인식과 참여의도 차이를 연구하였다. 여행동기는 휴식적, 교육적, 체험적, 사회적, 모험적 동기로 도출하였으며, 제약요인은 구조적, 심리적, 내재적, 그리고 외재적 제약요인으로 분류하였다. 군집분석을 통해 나홀로여행객의 여행동기를 휴식동기 추구, 휴식과 모험동기 추구, 다목적 동기 추구하고 같이 3개 집단으로 도출하였고, 여행동기와 제약요인 인식 및 참여의도에서는 집단 간 차이가 있다고 하였다. 백혜진·이충기·김진옥(2015)은 20~40대 1인 가구 중 국내 나홀로여행 경험이 있는 410명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 나홀로여행객의 여행계약, 협상, 태도 및 행동의도 간 구조관계를 분석한 결과 나홀로여행객의 여행계약은 태도와 행동의도에 부정적인 영향을 미친다고 하였다. 심창섭·김정아(2017)는 실존적 진정성 추구가 여행형태 선호에 미치는 영향간의 관계를 밝히기 위해 국내 리서치전문기관의 온라인 패널 중 20대 이상 응답자 341명을 대상으로 설문조

사를 하였다. 실존적 진정성의 하위개념을 내재적 진정성과 대인적 진정성으로 세분화하였으며, 여행형태는 자유여행과 나홀로여행으로 구분하고 연령이라는 변수를 사용하여 조절효과를 측정하였다. 연구결과 내재적 진정성만 나홀로여행 선호에 영향을 미치며, 연령은 내재적 진정성 추구하고 나홀로여행 선호에서 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 즉 여행을 통해 진정한 자아를 발견하고자 하는 욕구가 강할수록 나홀로여행을 선호하게 되며, 연령이 높을수록 내재적 진정성 추구가 나홀로여행의 선호에 미치는 영향은 약하게 작용한다고 하였다. 그리고 새로운 자아발견의 기회를 확대하기 위해 나홀로여행객들을 위한 상품개발 및 마케팅의 필요성을 언급하였다. 유숙희·이훈(2017)은 나홀로여행의 의미와 본질을 파악하기 위해 나홀로여행 경험이 있는 20~30대 13명을 대상으로 심층인터뷰를 실시하였으며, 연구결과 나홀로여행의 본질적 의미를 진정한 자아발견, 다른 여행자와의 공동체감 형성, 여행지의 진정성 체험, 삶과 여행의 의미 추구로 범주화하였다.

국내 선행연구들을 살펴보면 나홀로여행에 대한 개념화가 명확히 이루어지지 않고 있다. 각 연구의 대상자를 통해 나홀로여행의 개념적 정의를 유추해보면 나홀로여행 경험이 있는 1인 가구에 의해 이루어지는 여행(백혜진 외, 2015), 나홀로여행 경험이 있는 여행자(김미경 외, 2016), 혹은 동반자 없이 혼자여행을 즐기는 개별여행객(유숙희·이훈, 2017)에 의해 이루어지는 여행이라고 할 수 있다. 즉 여행자의 가구형태 혹은 동반자의 유무에 따라 나홀로여행의 적용범위에서 차이가 있다. 문화체육관광부의 「국민여행실태조사」에서는 여행주체의 구성원에 따라 개인여행과 가구여행으로 구분하고 있으며, 개인여행은 '가구원 1인이 혼자 또는 동거 가구원이 아닌 타인과 함께한 여행'으로, 가구여행은 '본인을 포함하여 동거하고 있는 가구원 2

인 이상이 동행한 여행'으로 정의하고 있다(문화체육관광부, 2017, p. 10). 이와 같이 국내에서는 나홀로여행에 대한 개념이 체계적으로 정립되지 않은 상태에서, 나홀로여행, 혼자여행, 혼행, 개인여행, 개별여행 등의 단어들 혼용되고 있다.

Laesser, Bertelli and Riklin (2016)은 나홀로여행객(solo travelers)의 개념화를 위해 나홀로여행 시장(solo travel market)을 선형적으로 세분화하였으며, 여행자의 가구형태(1인 가구/집합 가구), 여행 동반자 수(혼자/그룹) 등 여행자가 속해 있는 사회적 구조에 기초하여 나홀로여행객의 개념적 모델을 제시하였다. 즉 나홀로여행(solo travel)을 1인 가구의 사람들에 의한 혼자여행(single-solo), 1인 가구의 사람과 다른 사람들의 그룹과 함께하는 여행(single-group), 집단 가구의 구성원이면서 혼자 여행하는 사람들에 의한 여행(collective-solo), 집합 가구의 구성원이면서 그룹의 행태로 출발하는 사람들에 의한 여행(collective-group)이라는 4가지 유형으로 구분하였다. 나홀로여행은 개별여행의 하위개념이라 할 수 있지만, 개별여행객과 나홀로여행객의 용어를 구분하는 것은 중요하다(Yang & Tung, 2018). 따라서 본 연구에서는 선행연구와 국내 통념을 토대로 나홀로여행을 여행자의 가구형태(1인 가구/집합 가구)와는 무관하게 동반자 없이 혼자 하는 개별여행을 나홀로여행으로 정의하고자 한다.

## 2. 가족여행(family travel)

관광산업의 촉진과 관광분야에서의 학술적인 발전을 위해 가족여행 관광객의 여행 행태를 이해하는 것은 상당히 중요하다(Chae, 2014). 구글 스칼라에서 가족여행 관련 학술자료들을 검색한 결과, 해외 자료들은 가족여행 트렌드, 가족여행 의사결정, 가족여행 행동, 가족여행 동기,

가족여행객 등으로 분류되었다. 해외 학술논문의 상당부분이 가족여행 행동, 가족여행 의사결정과 더불어 여행동반자 유형과 관계에 초점을 맞추고 있다(Chen, Wang & Prebensen, 2016). 국내에서 가족여행객의 수요가 지속적으로 증가하고 있지만 관광학계의 관심은 상당히 낮은 편이다(윤정현, 2014). 국내 학술논문들을 살펴보면, 가족여행 의사결정(권용주, 2001; 김복순·장호찬·이소연, 2005; 윤현주·엄서호, 1998; 이하정, 2005; 이후석·이하정, 2004), 관광동기와 관광지 선택속성(윤정현, 2010), 가족여행의 소비지출(김민형·장준호·황영현, 2013), 가족관광 촉진요인(윤정현, 2014) 등으로 구분된다. 가족여행과 관련된 논문들의 주요 내용을 요약하면 다음과 같다. 가족여행 의사결정과정에서 여행지 선정은 가족여행 행동에서 가장 기본이며, 여행 결정과 더불어 여행시기, 여행경비, 동반자수, 교통수단, 숙박시설 등 관광지장과 연관된 속성들에 대해 의사결정을 하게 된다(권용주, 2001). 가족여행 의사결정에 있어서 의사결정의 전 과정 혹은 각 단계별 과정에서 가족구성원의 역할과 영향력이 관심사가 되고 있다(이후석 외, 2004). 특히 가족여행 의사결정에서 부부 중심의 부모의 영향력과 더불어 자녀, 아이들이 영향력을 미치고 있다(김복순 외, 2005; Yung & Khoo-Lattimore, 2018). 관광동기는 관광지 선택속성에 영향을 미칠 수 있기 때문에 가족관광 차원에서 관광동기 및 관광지 선택속성을 밝힐 필요가 있다(윤정현, 2010). 관광동기는 가족여행, 커플여행, 나홀로여행 등 여행동반자유형에 따라 다를 수 있으며, 관광지 선택속성에서도 차이가 있다. 가족관광 촉진요인으로 는 시간, 소득, 교육, 위락, 휴식, 가족라이프 스타일 등 가족요인, 관광시설·서비스, 접근성, 관광정보, 할인마케팅, 교통, 관광매력성 등 관광산업적 요인, 그리고 휴가제도, 물가수준, 구전, 경제상황, 사회적 분위기, 관광정책, 마스크 등

환경적 요인으로 나눌 수 있으며, 이러한 요인들은 가족관광 참여에 영향을 미치게 된다(윤정현, 2014).

### 3. 관광에서의 소셜 네트워크 분석(social network analysis in tourism)

사회과학과 자연과학 분야에서 네트워크 연구에 대한 관심은 폭발적으로 증가하고 있으며, 특히 사회 과학자들에게 네트워크 이론은 사회학, 심리학, 경제학, 경영학 등 다양한 학문분야의 사회현상을 설명해주는 노다지로 인식되고 있다(Borgatti, Mehra, Brass & Labianca, 2009). 소셜 네트워크 분석은 네트워크 이론의 관점에서 노드(네트워크 내의 개별 액터)와 링크(개별 액터들 간의 관계)를 통해 사회관계의 구조적 특성과 조직행동 등을 보여 준다(Akhtar, 2014; Luo & Zhong, 2015). 관광은 훌륭한 네트워크 산업구조를 가지고 있기 때문에 네트워크 분석은 관광분야의 학술연구에 적합하다(Scott, Baggio & Cooper, 2008). 다시 말해, 관광객 그룹들 간의 관계, 관광목적지 이해관계자들 간의 관계, 관광기업 혹은 이해관계자들 간의 웹 연결성 등과 같이 관광에서의 다양한 관계 구조를 알아내는 데 적용될 수 있다(Tran, Jeeva & Pourabedin, 2016).

관광분야에서 네트워크 분석을 이용한 학술연구들은 이미 상당수에 이르고 있으며, 관광목적지(박득희·이계희·김혜선, 2015; 박득희·이대은·가정혜·이계희, 2015; Baggio, Corigliano & Tallinucci, 2007; Di Pietro, Di Virgilio & Pantano, 2012; Lee, Yoon & Park, 2017b; Shin, 2006), 관광연구 동향(Benchendorff, 2009), 관광연구 공저자(박경열, 2018; Racherla & Hu, 2010), 동시인용(Benckendorff, 2009; Benckendorff & Zehrer, 2013), 관광객 이동행태(Leung, Wang, Wu, Bai, Stahura

& Xie, 2012), 관광루트(D'Agata, Gozzo & Tomaselli, 2013), 관광인식(오익근·이태숙·전채남, 2015), 국제회의 영향력자와 정보흐름(이미경·박지원·박한우·Smith, 2015; Lee, Yoon, Smith, Park & Park, 2017) 등 연구 범위가 점점 더 확대되고 있다. 그럼에도 불구하고 관광분야에서 소셜 네트워크 분석을 적용할 수 있는 연구주제와 연구대상은 여전히 무궁무진하다. 다양하고 복잡한 현대사회와 산업구조에서 발생하는 관광현상은 전통적인 통계분석 방법을 이용하여 원인과 결과를 규명하는 것도 중요하지만 이러한 방식만으로는 숨겨진 패턴이나 관계구조를 발견하는데 한계가 있다. 다양한 시스템의 구조적이고 동적인 특성들에 대한 풍부한 통찰력을 제공하는 네트워크 분석 방법은 몇 년 사이에 상당한 관심을 받고 있으며(Piazzi, Baggio, Neidhardt & Werthner, 2011), 관광분야에서도 속성데이터뿐만 아니라 관계데이터를 기반으로 한 실증연구가 활발히 이루어져야 할 것이다.

### III. 연구방법

#### 1. 데이터 수집

본 연구는 최근 관광트렌드로 부상하고 있는 '가족여행'과 '나홀로여행'을 중심으로 한국인의 여행트렌드 및 여행행태를 파악하는데 있다. 이를 위해 텍스트 마이닝 기법을 적용하였으며 온라인상에서 소셜 빅데이터를 수집한 후 데이터 전처리 과정 및 매트릭스 데이터를 생성하기 위해 텍스트(textom)을 이용하였다. 텍스트om은 ㈜더아이엠씨가 개발한 빅데이터 일관처리 솔루션으로 실시간 대용량 데이터 수집에서부터 데이터 처리 및 정제, 분석 데이터 생성, 및 데이터 시각화 기능을 제공한다([http://www.textom.](http://www.textom.co.kr/home/main/main.php)

[co.kr/home/main/main.php](http://www.textom.co.kr/home/main/main.php)).

Internettrend에 따르면, 국내 대표 포털사이트인 네이버와 다음의 2015년 1월~2017년 12월 평균 점유율은 각각 84.1%, 11.8%로 조사되었다(<http://trend.logger.co.kr>). 즉 한국인 인터넷 사용자의 대부분이 네이버와 다음을 통해 소셜 데이터를 생성하거나 공유하고 있기 때문에 본 연구에서 데이터 수집채널로 네이버와 다음의 블로그, 카페, 지식인, 뉴스를 설정하였다. 데이터 수집기간은 2015년 1월 1일부터 2017년 12월 31일까지 3년으로 하였다. 관광은 트렌드 변화에 민감하게 작용하기 때문에 관광트렌드 변화를 빠르고 정확하게 예측하여 관광정책에 시의적절하게 반영하기 위해서는 단기나 장기보다는 3년 정도의 중단기 데이터를 기반으로 분석하는 것이 적합하다고 판단하였다. 그리고 본 연구의 데이터 수집 채널인 네이버와 다음의 API(application programming interface) 정책으로 인해 데이터가 제한적으로 제공되기 때문에 많은 양의 데이터를 기반으로 숨겨진 인사이트를 찾아내고자 하였다.

데이터 수집단어로는 '가족여행'과 '나홀로여행'을 사용하였으며, 정확히 일치하는 단어/문장 수집을 위해 검색연산자 " "를 적용하였다. 실제 데이터 수집에 앞서 네이버와 다음에서 검색 키워드인 '가족여행'과 '나홀로여행'을 사용하여 검색결과를 확인하는 절차를 거쳤다. 특히, 혼자하는 여행의 경우 국내에서는 '나홀로여행', '혼자여행', '혼행'이라는 단어가 혼용되고 있었으며, '나홀로여행'과 '혼자여행'의 검색량에 비해 '혼행'의 검색량은 상당히 미약하였다. 게다가 '혼자여행'의 줄임말로 사용되고 있는 '혼행'의 검색결과에서 결혼과 연관된 혼행(婚行)의 내용이 포함되어 있어 실제 데이터 수집 시에는 '혼행'을 제외하였으며, '가족여행', '나홀로여행', '혼자여행' 검색어만 사용하였다. 웹에서 수집된 비정형화된 텍스트 데이터는 데이터 정제과정을 거쳤다. 예

〈표 1〉 데이터 수집 개요

구분	내용
수집 단어	가족여행, 나홀로여행/혼자여행
수집 기간	2015년 1월 1일 ~ 2017년 12월 31일(3년)
수집 채널	네이버(블로그, 카페, 뉴스, 지식인), 다음(블로그, 카페, 뉴스, 지식인)
수집 도구	텍스툼(textom)
분석 도구	UCINET 6

를 들어, 나홀로여행, 혼자여행, 혼행과 같이 동일한 의미의 단어들은 ‘나홀로여행’으로 통일시켰으며, 의미가 없는 음절이나 형태소는 삭제하였다. 전처리를 거친 데이터를 이용하여 단어빈도를 추출하고 네트워크 분석에 적합한 매트릭스 데이터를 생성하였다.

## 2. 데이터 분석방법

본 연구에서는 데이터 분석을 위해 소셜 네트워크 방법을 적용하였으며, 분석도구로 Ucinet 6를 이용하였다. Ucinet은 소셜 네트워크 분석에 가장 일반적으로 사용되는 프로그램이며, 사회관계를 측정하는 서베이 데이터나 소셜 데이터를 분석하기 위해 사회과학 분야에서 주로 사용된다(Borgatti, Everett & Freeman, 2014).

네트워크 분석으로는 중심성(centrality)과 CONCOR(convergence of iterated correlations) 분석을 실시하였다. 중심성과 구조적 동위성(structural equivalence)은 네트워크 분석에서 가장 대표적인 개념이라 할 수 있다. 중심성은 네트워크의 구조에서 노드들 간의 연결 관계에 초점을 두고 있으며, 구조적 동위성은 노드들 간의 직접적인 연결 관계가 아니라 동일한 지위를 갖는 노드들 간의 관계 구조를 밝히는데 있다(곽기영, 2017). 중심성에는 연결중심성(degree centrality), 근접중심성(closeness cen-

trality), 매개중심성(betweenness centrality), 아이겐벡터중심성(eigenvector centrality) 등이 대표적이다. 연결중심성은 한 노드가 다른 노드와 얼마나 많은 연결 관계를 가지고 있는지를 측정하는 지표이며, 근접중심성은 한 노드가 전체 네트워크의 중심에 근접해 있는지를 측정하는 지표이다. 매개중심성은 한 노드가 다른 노드들 간의 네트워크 관계 형성에서 중개자 혹은 매개자의 역할을 얼마나 수행하는지를 측정하는 지표이며, 아이겐벡터중심성은 해당 노드에 직접 연결된 다른 노드들의 중심성에 가중치를 반영한 연결 관계 정도이다. 구조적 동위성은 군집분석, CONCOR 분석 등을 통해 확인할 수 있다. 군집분석은 노드들 간의 상호 관련성을 토대로 동질적인 집단을 묶어주는 방법이며, CONCOR 분석은 각 노드쌍 간의 상관계수를 이용하여 상관분석을 반복적으로 수행하고 이를 통해 동일한 구조를 가지는 동위적 계층과 동위적인 노드들 간의 관계 형태를 보여준다(곽기영, 2017).

본 연구에서는 ‘가족여행’과 ‘나홀로여행’ 검색어를 이용하여 2015~2017년(3년) 동안 각 연도별도 수집된 데이터를 합친 후 네트워크 분석에 이용하였다. ‘가족여행’에서는 16,169개, ‘나홀로여행’에서는 16,850개의 단어가 추출되었으며, 이 중 단어의 빈도가 높은 상위 100개 단어를 이용하여 매트릭스 데이터를 생성하고 분석에 이용하였다. 마지막으로 중심성과 CONCOR

분석을 통해 가족여행과 나홀로여행 네트워크에서 각 노드(단어)의 역할과 지위, 단어들 간의 의미 연결망 구조, 그리고 단어들 간의 관계구조를 파악하였다.

#### IV. 연구결과

##### 1. 검색어의 주요 연관 단어 빈도

‘가족여행’과 ‘나홀로 여행’ 검색어를 이용하여 2015~2017년 3년 치 데이터를 수집하고 분석한 결과 주요 연관 단어 빈도는 <표 2>와 같다. ‘가족여행’의 상위 10개 연관 단어를 살펴보면, 제주도, 여행, 추천, 코스, 답변, 일정, 숙소, 관광, 리조트, 계획, 여행지 등의 단어가 상위에 노출되고 있으며, 가족, 아이, 부모, 엄마, 아들, 딸, 아빠, 부부 등 가족구성원에 관한 단어들이

거의 모두 출현하고 있다. 여행목적지, 숙박형태, 여행시기, 여행기간, 여행상품 등 여행속성 단어들이 가족여행에서의 주요 연관 단어로 상위권에 나타나고 있다. ‘나홀로 여행’의 상위 10개 연관 단어에서는 제주도, 나홀로/혼자, 일본, 여행지, 사진, 나홀로여행, 생각, 바닷가, 시간, 계획, 이용, 추천 등의 단어들이 상위에 노출되고 있다. 나홀로여행에서도 여행목적지, 숙박형태, 여행시기, 여행기간, 여행상품 등 여행속성과 관련된 단어들이 노출되고 있으며, 여행동기 및 여행제약에 관한 단어들이 상위권에 포함되어 있다.

가족여행과 나홀로여행의 주요 연관 단어 빈도에서 제주도의 웹가시성이 공통적으로 높게 나타나고 있으며, 가족여행에서는 여행계획 시 온라인상에서 타인의 의견 및 추천이 중요한 요인으로 작용하고 있는 반면, 나홀로여행에서는 여행 목적지, 여행활동, 여행계획이 우선시되고

<표 2> ‘가족여행’과 ‘나홀로여행’ 주요 연관 단어 빈도

가족여행(2015~2017년)			나홀로여행(2015~2017년)		
순위	단어	빈도	순위	단어	빈도
1	가족여행	27841	51	집	511
2	제주도	8896	52	서울	502
3	여행	8422	53	홍콩	498
4	가족	6410	54	아빠	488
5	추천	3291	55	경비	484
6	코스	3170	56	지역	484
7	아이	2385	57	주말	481
8	답변	2009	58	숙박	479
9	일정	1778	59	추석	478
10	숙소	1689	60	이용	469
11	관광	1547	61	방학	469
12	리조트	1542	62	진행	463
13	계획	1431	63	제공	462
14	여행지	1366	64	하루/당일	460
15	팝	1361	65	경주	457
1	여행	21322	51	유럽	302
2	제주도	2785	52	이야기	299
3	나홀로/혼자	1190	53	여수	297
4	일본	1068	54	홍콩	296
5	여행지	1017	55	예약	295
6	사진	910	56	강원도	289
7	나홀로여행	887	57	기억	287
8	생각	857	58	힐링	286
9	바닷가	793	59	여름	283
10	시간	787	60	대구	279
11	계획	784	61	비용	279
12	이용	770	62	엄마	274
13	추천	768	63	강릉	271
14	부산	757	64	책	254
15	호텔	711	65	비행기	250

16	사진	1338	66	발리	457	16	여자	704	66	가을	250
17	펜션	1250	67	국내	449	17	사람	695	67	이동	248
18	겨울	1238	68	바다	446	18	친구	682	68	고민	245
19	호텔	1235	69	푸켓	444	19	코스	675	69	카페	243
20	시간	1135	70	파크	441	20	여행객	652	70	기차	241
21	부모	1132	71	여행사	440	21	일정	628	71	배낭	240
22	해외	1125	72	항공	438	22	관광	611	72	포스팅	239
23	체험	982	73	가을	436	23	가족	579	73	밥	238
24	출발	961	74	상품	435	24	오사카	561	74	술	238
25	여름	914	75	위치	433	25	도쿄	544	75	통영	237
26	준비	890	76	패키지	431	26	가격	538	76	지역	236
27	휴가	862	77	부부	425	27	민박	514	77	방송	235
28	일본	859	78	예정	421	28	숙소	502	78	기술	234
29	공항	834	79	사람	419	29	펜션	497	79	걱정	228
30	도착	781	80	관광지	417	30	시설	476	80	마을	228
31	비행기	762	81	소개	414	31	모텔	461	81	여행기	227
32	생각	760	82	기념	394	32	찜질방	451	82	경주	227
33	여행객	758	83	다낭	391	33	휴가	449	83	후기	223
34	지원	734	84	날씨	382	34	풍광	447	84	교토	222
35	세부	733	85	후기	375	35	현대식	439	85	인천	214
36	부산	730	86	친구	364	36	게스트하우스	430	86	사랑	212
37	예약	721	87	이벤트	360	37	하루/당일(치기)	424	87	행복	211
38	행복	666	88	프로그램	353	38	자유	424	88	모습	207
39	엄마	655	89	자연	351	39	한국	420	89	대만	206
40	연휴	647	90	어른	350	40	해외	419	90	증가	203
41	기자	626	91	오кина와	346	41	신혼	413	91	도시	200
42	자유	620	92	힐링	345	42	세계	406	92	문화	200
43	아들	586	93	박물관	339	43	마음	385	93	질문	199
44	장애	567	94	가능	331	44	준비	378	94	김동완	199
45	오사카	565	95	경제	330	45	해외여행	360	95	영화	195
46	딸	556	96	성인	320	46	서울	351	96	순천	194
47	강원도	538	97	이동	316	47	공항	324	97	북한산	190
48	사이판	533	98	마을	314	48	맛집	317	98	자전거	185
49	맛집	523	99	참고	313	49	버스	309	99	여유	184
50	하와이	515	100	동반	313	50	정보	304	100	날씨	184

있다.

〈표 3〉은 ‘가족여행’과 ‘나홀로여행’의 n-gram, 즉 2개의 단어가 동시출현하는 2-gram 빈도를

나타낸다. n-gram은 동시출현하는 단어의 쌍으로 텍스트 마이닝에서 광범위하게 사용되고 있으며, 단어쌍에 포함되는 단어의 개수에 따라

〈표 3〉 '가족여행'과 '나홀로여행' n-gram(2-gram)

가족여행(2015~2017년)			나홀로여행(2015~2017년)		
단어1	단어2	빈도	단어1	단어2	빈도
제주도	가족여행	3549	제주도	여행	1365
가족여행	코스	1485	여행	계획	486
가족여행	계획	838	이용	여행	462
여행	코스	670	민박	바닷가	439
가족여행	추천	644	현대식	시설	439
가족	여행지	564	시설	민박	439
팜	가족여행	481	펜션	풍광	439
자유	여행	458	풍광	현대식	439
해외	여행	424	여행	찜질방	438
코스	제주도	414	바닷가	모텔	432
가족	여행객	406	일본	여행	405
코스	추천	362	여행	가격	368
가족여행	준비	351	가격	호텔	354
아이	가족여행	322	여행	코스	353
답변	제주도	318	호텔	펜션	352
세부	가족여행	303	부산	여행	320
여름	휴가	278	자유	여행	261
해외	가족여행	277	오사카	여행	231
가족여행	지원	272	여행	기술	230
가족여행	숙소	264	찜질방	제주도	226

2-gram, 3-gram, 4-gram 등으로 표현된다.

가족여행 네트워크에서는 '제주도'와 '가족여행' 단어쌍의 빈도가 가장 높으며, '가족여행'과 단어쌍을 이루는 단어로 '코스', '계획', '추천', '준비', '아이', '지원', '숙소' 등으로 나타났다. 또한 '제주도', '팜', '세부', '해외' 등 여행지 관련 단어들이 '가족여행'과 단어쌍을 이루고 있다. 나홀로여행 네트워크에서는 '제주도'와 '여행' 단어쌍의 빈도가 가장 높았으며, '여행'과 함께 단어쌍을 이루는 단어로 '계획', '이용', '찜질방', '가격', '코스', '기술' 등이 동시출현하고 있다. 나홀로여행에서도 '여행'과 함께 '제주도', '일본', '부산', '오사카' 등 여행지와 관련된 국가 및 도시가 노출되고 있다. N-gram은 단어쌍을 구성하고 있

는 단어들 간의 의미관계를 통해 〈표 2〉의 단어 빈도에서는 찾아낼 수 없는 세부정보와 인사이트를 제공해준다.

〈표 4〉는 '가족여행'과 '나홀로여행'의 주요 연관 단어들을 여행지, 여행시기, 여행일수, 교통, 숙박형태, 여행선택, 여행동기, 여행예약 등 여행 속성별로 구분하였다. 가족여행에서 국내 여행지로는 제주도, 부산, 강원도, 서울, 경주, 여수, 속초 순으로 단어 출현빈도가 높게 나타났으며, 해외 여행지로 팜, 일본, 세부, 오사카, 사이판, 하와이, 홍콩, 발리, 푸켓, 다낭, 오키나와, 대만, 태국 등으로 나타났다. 나홀로여행에서 국내 여행지로 제주도, 부산, 서울, 여수, 강원도, 대구, 강릉, 통영, 경주, 인천, 순천 순이었으며,

〈표 4〉 ‘가족여행’과 ‘나홀로여행’ 여행속성

구분	가족여행	나홀로여행
여행지	제주도, 괌, 일본, 세부, 부산, 오사카, 강원도, 사이판, 하와이, 서울, 홍콩, 경주, 발리, 푸켓, 다낭, 오키나와, 대만, 여수, 태국, 속초	제주도, 일본, 부산, 오사카, 도쿄, 한국, 해외, 서울, 유럽, 여수, 홍콩, 강원도, 대구, 강릉, 통영, 경주, 교토, 인천, 대만, 순천
여행시기	겨울, 여름, 휴가, 연휴, 주말, 추석, 방학, 가을, 여름휴가, 봄, 연말, 성수기, 10월, 추석연휴, 5월	휴가, 여름, 가을, 주말, 토요일, 금요일, 겨울, 추석, 연휴
여행일수	하루/당일(치기), 2박3일, 3박4일, 이틀	하루/당일(치기), 1박2일, 이틀, 2박3일, 3박4일
교통	비행기, 자동차/승용차, 버스, 케이블카, 렌트카, 승합차, 미니버스, 차량, 대중교통, 시외버스, 관광버스, 지하철, 유람선	버스, 비행기, 기차, 자전거, 자동차, 택시, 대중교통, 태백선, 고속버스, 케이블카, 렌트카, 마이크, 지하철, 시외버스, 스쿠터, KTX
숙박형태	리조트, 펜션, 호텔, 풀빌라	호텔, 민박, 펜션, 모텔, 찜질방, 게스트하우스
여행선택	가족, 추천, 코스, 아이, 답변, 일정, 숙소, 관광, 여행지, 사진, 시간, 부모, 공항, 생각, 지원, 예약, 맛집, 경비, 여행사, 상품, 위치, 패키지, 부부, 계획, 관광지, 소개, 날씨, 후기, 이벤트, 프로그램	여행지, 사진, 생각, 바닷가, 시간, 계획, 추천, 친구, 코스, 관광, 가격, 숙소, 시설, 풍광, 현대식, 마음, 준비, 공항, 맛집, 정보, 예약, 비용, 책, 포스팅, 여행기, 후기, 질문
여행동기	체험, 행복, 기념, 자유, 힐링, 사랑, 희망, 추억, 만족, 꿈, 기회, 여유, 경험	자유, 기억, 힐링, 행복, 사랑, 여유, 경험, 도전, 기대, 즐거움, 즉흥, 스트레스, 꿈, 휴식, 기회
여행계약	장애, 고민, 사고, 걱정, 부담, 건강	고민, 걱정, 감시, 안전, 위험, 부담, 불편

해외 여행지로 일본, 오사카, 도쿄, 홍콩, 교토, 대만 등 아시아 국가와 도시뿐만 아니라 유럽이라는 단어도 노출되었다. 여행시기에서 가족여행은 겨울, 여름, 휴가, 연휴, 추석, 방학 등 장기간을 연상시키는 단어들 이 두드러지며, 여행일수로는 하루/당일(치기), 2박3일, 3박4일, 이틀 등 단기여행의 단어들도 함께 출현하였다. 나홀로여행의 여행시기로 휴가, 여름, 가을, 주말, 토요일, 금요일 등이 노출되었으며, 여행일수로는 하루/당일(치기), 1박2일/이틀, 2박3일, 3박4일 순이었다. 교통의 경우 가족여행에서 비행기, 자동차/승용차, 버스, 케이블카, 렌트카, 승합차, 미니버스 등 다양한 교통수단이 연관단어로 검색되었다. 나홀로여행에서는 버스, 비행기, 기차, 자전거, 자동차, 택시, 대중교통, 태백선, 고속버스 등과 같이 대중교통수단과 관련된 단어들 이 더 많이 출현하고 있다. 숙박형태에서 가족여

행은 리조트, 펜션, 호텔, 풀빌라 순이며, 나홀로 여행은 호텔, 민박, 펜션, 모텔, 찜질방, 게스트 하우스 등의 단어들 이 노출되고 있다. 여행선택 속성과 관련하여 가족여행은 가족구성원, 추천 과 후기, 여행사 관광상품 혹은 패키지, 여행 프 로그램과 이벤트, 여행기간과 비용, 할인 및 지원 등의 항목이 노출되고 있는 반면, 나홀로여행 은 여행지, 사진, 바닷가, 시설, 풍광, 현대식, 맛집, 시간, 비용, 정보, 예약, 책, 검색, 후기, 포스팅, 질문, 여행기 등과 같이 여행목적지, 여 행활동, 숙박시설 및 정보검색과 관련된 단어들 이 나타나고 있다. 여행동기에서는 행복, 자유, 힐링, 사랑, 여유, 기회, 경험 등의 긍정어가 공 통적으로 출현하고 있으며, 가족여행에서는 체 험, 희망, 추억, 그리고 나홀로여행에서는 기억, 도전, 기대라는 단어가 노출되었다. 여행계약과 관련하여 가족여행에서 장애, 고민, 사고, 걱정,

부담, 건강 등이, 그리고 나홀로여행에서는 고민, 걱정, 감시, 안전, 위험, 부담, 불편 등의 단어들도 출현하였다. 특히 가족여행의 여행계약 요인 중 '장애'는 장애아동이 있는 가족여행에서의 제약요인으로 분석되었으며, 나홀로여행의 여행계약 요인 중 '감시'는 부모님의 감시가 나홀로 여행에서 제약요인으로 작용하고 있었다.

## 2. 중심성 분석

소셜 네트워크 분석에서 중심성은 네트워크에서 각 노드가 어떤 위치를 차지하고 있으며, 어떤 역할을 하고 있는지를 설명해준다. <표 5>는 가족여행 네트워크에서 주요 연관 단어들의 중심성 분석결과를 내림차순으로 정리한 결과이며, 표에 제시된 순위는 <표 2>에서 단어의 빈도 순위를 나타낸다.

<표 2>의 가족여행 네트워크에서 '가족여행' 연관 검색어 빈도가 높은 단어들은 연결중심성, 근접중심성, 매개중심성, 아이젠벡터중심성도

<표 5> '가족여행(2015~2017년)' 주요 연관 단어 중심성 분석

순위	단어	연결 중심성	순위	단어	근접 중심성	순위	단어	매개 중심성	순위	단어	아이젠 벡터
1	가족여행	0.0905	1	가족여행	1.0000	1	가족여행	0.0511	1	가족여행	0.5817
2	제주도	0.0446	2	제주도	1.0000	2	제주도	0.0511	2	제주도	0.4664
3	여행	0.0384	3	여행	1.0000	3	여행	0.0511	3	여행	0.3728
4	가족	0.0252	4	가족	1.0000	4	가족	0.0511	6	코스	0.2547
6	코스	0.0194	7	아이	1.0000	7	아이	0.0511	4	가족	0.2307
5	추천	0.0172	9	일정	1.0000	9	일정	0.0511	5	추천	0.1824
8	답변	0.0136	11	관광	1.0000	11	관광	0.0511	8	답변	0.1394
7	아이	0.0109	12	리조트	1.0000	12	리조트	0.0511	10	숙소	0.1200
10	숙소	0.0108	13	계획	1.0000	13	계획	0.0511	9	일정	0.1115
9	일정	0.0103	14	여행지	1.0000	14	여행지	0.0511	7	아이	0.1105
11	관광	0.0072	16	사진	1.0000	16	사진	0.0511	13	계획	0.0728
12	리조트	0.0069	20	시간	1.0000	20	시간	0.0511	12	리조트	0.0685
13	계획	0.0068	21	부모	1.0000	21	부모	0.0511	11	관광	0.0682
14	여행지	0.0066	24	출발	1.0000	24	출발	0.0511	20	시간	0.0616
20	시간	0.0057	25	여름	1.0000	25	여름	0.0511	17	펜션	0.0601
15	괘	0.0056	27	휴가	1.0000	27	휴가	0.0511	15	괘	0.0600
18	겨울	0.0055	32	생각	1.0000	32	생각	0.0511	21	부모	0.0595
21	부모	0.0054	39	엄마	1.0000	39	엄마	0.0511	14	여행지	0.0585
24	출발	0.0054	54	아빠	1.0000	54	아빠	0.0511	24	출발	0.0572
19	호텔	0.0054	56	지역	1.0000	56	지역	0.0511	18	겨울	0.0543
22	해외	0.0051	63	제공	1.0000	63	제공	0.0511	30	도착	0.0540
30	도착	0.0050	82	기념	1.0000	82	기념	0.0511	19	호텔	0.0520
17	펜션	0.0048	100	동반	1.0000	100	동반	0.0511	26	준비	0.0515
29	공항	0.0046	5	추천	0.9900	38	행복	0.0502	22	해외	0.0513

26	준비	0.0046	6	코스	0.9900	8	답변	0.0500	29	공항	0.0508
16	사진	0.0045	8	답변	0.9900	18	겨울	0.0499	31	비행기	0.0489
31	비행기	0.0044	18	겨울	0.9900	88	프로그램	0.0489	16	사진	0.0487
25	여름	0.0041	19	호텔	0.9900	6	코스	0.0483	25	여름	0.0414
23	체험	0.0038	22	해외	0.9900	22	해외	0.0482	23	체험	0.0405
42	자유	0.0036	26	준비	0.9900	86	친구	0.0480	42	자유	0.0355
27	휴가	0.0034	33	여행객	0.9900	75	위치	0.0477	35	세부	0.0345
28	일본	0.0034	37	예약	0.9900	58	숙박	0.0477	28	일본	0.0337
33	여행객	0.0033	38	행복	0.9900	77	부부	0.0469	32	생각	0.0336
35	세부	0.0033	58	숙박	0.9900	41	기자	0.0466	27	휴가	0.0335
37	예약	0.0032	60	이용	0.9900	92	힐링	0.0463	36	부산	0.0320
32	생각	0.0032	64	하루	0.9900	68	바다	0.0460	37	예약	0.0314
36	부산	0.0031	71	여행사	0.9900	84	날씨	0.0450	34	지원	0.0306
34	지원	0.0028	75	위치	0.9900	61	방학	0.0448	40	연휴	0.0285
40	연휴	0.0028	78	예정	0.9900	70	파크	0.0447	49	맛집	0.0285
75	위치	0.0026	79	사람	0.9900	62	진행	0.0445	39	엄마	0.0276
58	숙박	0.0026	86	친구	0.9900	26	준비	0.0445	38	행복	0.0266
49	맛집	0.0026	10	숙소	0.9802	60	이용	0.0445	58	숙박	0.0265
39	엄마	0.0025	23	체험	0.9802	79	사람	0.0445	75	위치	0.0265
72	항공	0.0024	29	공항	0.9802	10	숙소	0.0440	80	관광지	0.0255
78	예정	0.0024	31	비행기	0.9802	80	관광지	0.0440	99	참고	0.0250
76	패키지	0.0023	42	자유	0.9802	36	부산	0.0439	78	예정	0.0243
38	행복	0.0023	43	아들	0.9802	23	체험	0.0439	33	여행객	0.0242
59	추석	0.0022	62	진행	0.9802	85	후기	0.0434	95	경제	0.0237
55	경비	0.0022	68	바다	0.9802	67	국내	0.0432	55	경비	0.0236
44	장애	0.0022	76	패키지	0.9802	76	패키지	0.0430	48	사이판	0.0232

전반적으로 높게 나타나고 있다. 가족여행의 연결중심성은 가족여행, 제주도, 여행, 가족, 코스, 추천, 답변, 아이, 숙소, 일정, 관광, 리조트 등 순으로 나타났으며, 근접중심성에서 네트워크의 단어들이 거의 완전하게 잘 연결되어 있으며 단어들 간의 연결이 쉽게 이루어질 수 있다는 것을 알 수 있다. 매개중심성은 가족여행, 제주도, 여행, 가족, 아이, 일정, 관광, 리조트, 계획, 여행지, 사진, 시간, 부모, 출발, 여름, 휴가, 생각, 엄마, 아빠, 지역, 제공, 기념, 동반이 동일하게 높은 값을 나타내고 있다. 아이젠벡터중심성은

가족여행, 제주도, 여행, 코스, 가족, 추천, 숙소, 일정, 아이, 계획, 리조트, 관광, 시간, 펜션 등의 순이며, 가족여행 네트워크에서 여행지, 여행코스, 여행동반자, 추천, 숙박시설, 여행일정, 여행계획 등에 관한 단어들이 영향력을 나타나고 있다.

나홀로여행의 주요 연관 단어 중심성 분석결과로는 <표 6>과 같다. 나홀로여행의 연결중심성은 여행, 제주도, 이용, 바닷가, 호텔, 가격, 민박, 펜션, 시설, 모텔, 풍광, 현대식, 찜질방 등 순으로 나타났으며, 연결중심성이 높은 단어들의 특징은 숙박시설의 선택속성과 관련이 있음을 알

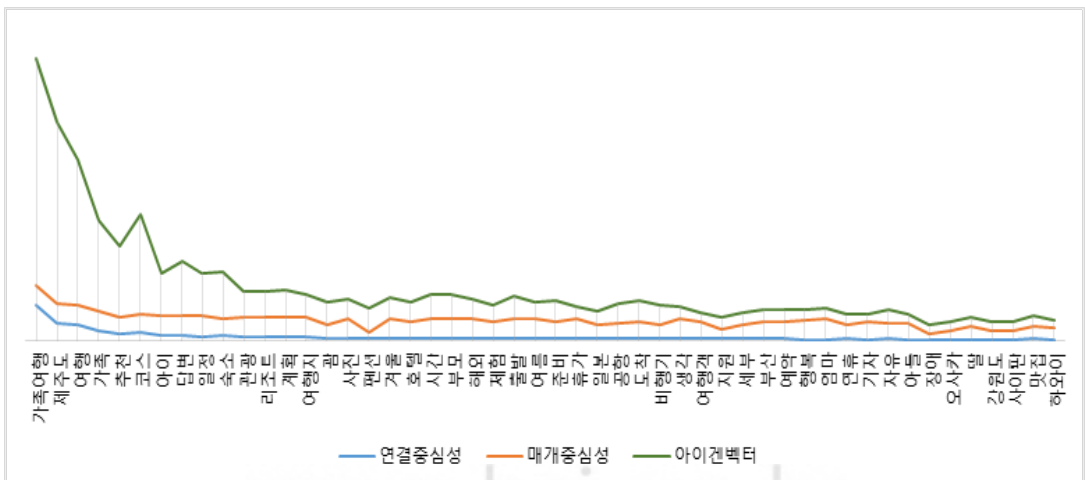
〈표 6〉 '나홀로여행(2015~2017년)' 주요 연관 단어 중심성 분석

순위	단어	연결 중심성	순위	단어	근접 중심성	순위	단어	매개 중심성	순위	단어	아이겐 벡터
1	여행	0.1243	1	여행	1.0000	1	여행	0.8355	1	여행	0.6269
2	제주도	0.0330	6	사진	1.0000	6	사진	0.8355	2	제주도	0.4233
12	이용	0.0149	3	나홀로	0.9900	76	지역	0.6354	12	이용	0.1619
9	바닷가	0.0134	7	나홀로여행	0.9900	98	자전거	0.4262	9	바닷가	0.1530
15	호텔	0.0119	17	사람	0.9802	3	나홀로	0.3126	15	호텔	0.1375
26	가격	0.0119	18	친구	0.9802	7	나홀로여행	0.3126	27	민박	0.1334
27	민박	0.0119	5	여행지	0.9706	43	마음	0.3020	26	가격	0.1312
29	펜션	0.0118	8	생각	0.9706	17	사람	0.3013	19	코스	0.1311
30	시설	0.0114	10	시간	0.9706	73	밥	0.2604	29	펜션	0.1300
31	모텔	0.0112	11	계획	0.9706	18	친구	0.2498	4	일본	0.1255
34	풍광	0.0111	13	추천	0.9706	5	여행지	0.2490	30	시설	0.1255
35	현대식	0.0111	16	여자	0.9706	37	하루/당일	0.2482	31	모텔	0.1241
32	찜질방	0.0109	37	하루/당일	0.9706	8	생각	0.2466	3	나홀로	0.1224
19	코스	0.0102	43	마음	0.9706	16	여자	0.2405	34	풍광	0.1223
4	일본	0.0100	2	제주도	0.9612	11	계획	0.2403	35	현대식	0.1216
41	신혼	0.0096	23	가족	0.9612	28	숙소	0.2348	32	찜질방	0.1207
13	추천	0.0096	28	숙소	0.9612	39	한국	0.2332	41	신혼	0.1113
5	여행지	0.0096	39	한국	0.9612	2	제주도	0.2321	13	추천	0.1089
3	나홀로	0.0092	14	부산	0.9519	26	가격	0.2315	11	계획	0.1018
21	일정	0.0076	22	관광	0.9519	22	관광	0.2259	5	여행지	0.0983
11	계획	0.0069	55	예약	0.9519	38	자유	0.2211	8	생각	0.0942
8	생각	0.0067	81	여행기	0.9519	55	예약	0.2192	21	일정	0.0938
7	나홀로 여행	0.0066	15	호텔	0.9429	36	게스트 하우스	0.2188	7	나홀로 여행	0.0826
28	숙소	0.0063	19	코스	0.9429	81	여행기	0.2177	6	사진	0.0790
18	친구	0.0059	33	휴가	0.9429	15	호텔	0.2174	14	부산	0.0780
14	부산	0.0057	12	이용	0.9340	20	여행객	0.2131	28	숙소	0.0769
10	시간	0.0056	20	여행객	0.9340	19	코스	0.2107	18	친구	0.0768
23	가족	0.0056	36	게스트 하우스	0.9340	21	일정	0.2081	10	시간	0.0766
6	사진	0.0054	38	자유	0.9340	46	서울	0.2016	23	가족	0.0692
16	여자	0.0052	44	준비	0.9340	10	시간	0.1980	16	여자	0.0656
20	여행객	0.0051	49	버스	0.9340	13	추천	0.1980	24	오사카	0.0647
22	관광	0.0049	59	여름	0.9340	45	해외여행	0.1903	17	사람	0.0594
25	도쿄	0.0049	76	지역	0.9340	23	가족	0.1882	22	관광	0.0572
24	오사카	0.0049	21	일정	0.9252	50	정보	0.1863	48	맛집	0.0545
48	맛집	0.0047	46	서울	0.9252	79	걱정	0.1790	20	여행객	0.0543
17	사람	0.0045	58	힐링	0.9252	4	일본	0.1784	25	도쿄	0.0535

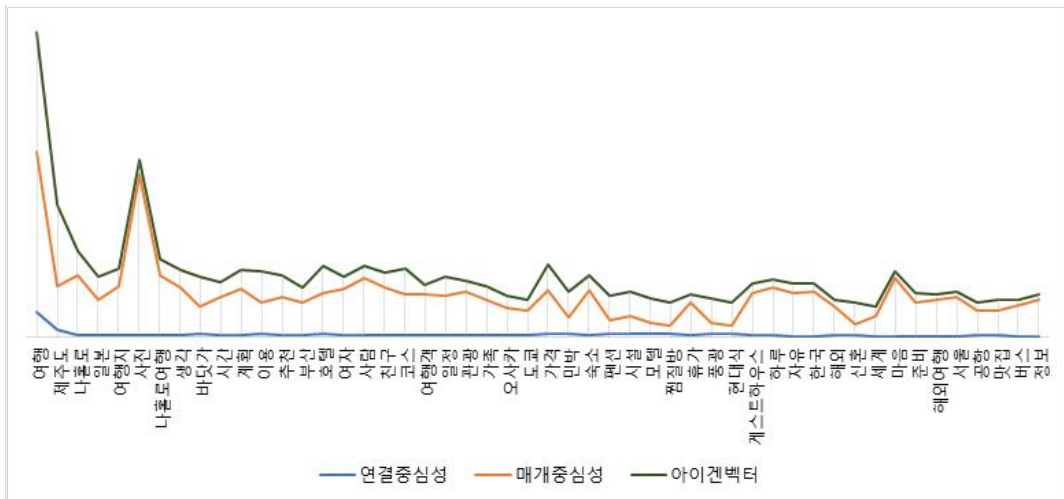
36	게스트 하우스	0.0042	9	바닷가	0.9167	44	준비	0.1743	36	게스트 하우스	0.0506
40	해외	0.0039	26	가격	0.9167	57	기억	0.1743	38	자유	0.0494
33	휴가	0.0038	73	밥	0.9167	80	마을	0.1737	37	하루/당일	0.0483
61	비용	0.0037	91	도시	0.9167	33	휴가	0.1733	42	세계	0.0459
37	하루/당일	0.0036	45	해외여행	0.9083	59	여름	0.1733	44	준비	0.0458
47	공항	0.0036	4	일본	0.9000	52	이야기	0.1723	47	공항	0.0443
38	자유	0.0034	50	정보	0.9000	14	부산	0.1693	39	한국	0.0425
56	강원도	0.0033	61	비용	0.9000	12	이용	0.1623	33	휴가	0.0409
39	한국	0.0033	65	비행기	0.9000	49	버스	0.1589	61	비용	0.0406
65	비행기	0.0032	79	걱정	0.9000	91	도시	0.1578	84	교토	0.0393
44	준비	0.0031	48	맛집	0.8919	58	힐링	0.1522	65	비행기	0.0387
42	세계	0.0030	99	여유	0.8919	40	해외	0.1506	56	강원도	0.0380
55	예약	0.0030	47	공항	0.8839	99	여유	0.1502	67	이동	0.0379
59	여름	0.0027	69	카페	0.8839	60	대구	0.1499	68	고민	0.0379

수 있다. 근접중심성은 여행, 사진, 나홀로, 나홀로여행, 사람, 친구, 여행지, 생각, 시간, 계획, 추천, 여자, 하루, 마음 등의 순으로 높게 나타났으며, 근접중심성이 높은 단어들은 다른 단어들과의 연결이 용이할 수 있다. 매개중심성은 여행, 사진, 지역, 자전거, 나홀로, 나홀로여행, 마

음, 사람, 밥, 친구, 여행지, 하루/당일(치기) 등의 순으로 나타났으며, 지역, 자전거라는 단어가 상위에 노출된 것이 특징적이다. 아이겐벡터중심성은 여행, 제주도, 이용, 바닷가, 호텔, 민박, 가격, 코스, 펜션, 일본, 시설, 모텔, 나홀로 등 순으로 높게 나타났으며, 여행지, 숙박시설, 주



〈그림 1〉 '가족여행' 주요 연관 단어들의 중심성 비교



〈그림 2〉 ‘나홀로여행’ 주요 연관 단어들의 중심성 비교

변 환경, 가격이 나홀로여행의 네트워크에서 영향력이 있는 단어와 많이 연결되어 있었다.

〈그림 1〉과 〈그림 2〉는 가족여행과 나홀로여행의 주요 연관 단어들의 중심성을 비교한 것이며, 두 그래프 모두 전체 네트워크에서 극소수의 노드가 절대적인 비율을 차지하고 있는 멍합수 분포를 나타내고 있다. 가족여행의 중심성 비교에서는 아이젠벡터중심성에서 가장 뚜렷한 멍합수 분포의 형태를 보여주고 있다. 가족여행 네트워크에서 ‘가족여행’, ‘제주도’, ‘여행’에 이어 ‘코스’의 아이젠벡터중심성이 연결중심성과 매개중심성보다 상대적으로 높게 나타나는 것이 특징적이다. ‘나홀로여행’의 중심성 비교에서는 매개중심성과 아이젠벡터중심성에서 두드러진 멍합수 분포가 나타나고 있으며, 매개중심성과 아이젠벡터중심성에서 ‘여행’ 다음으로 ‘사진’이라는 단어의 영향력이 높게 나타나고 있는 것이 특징적이다.

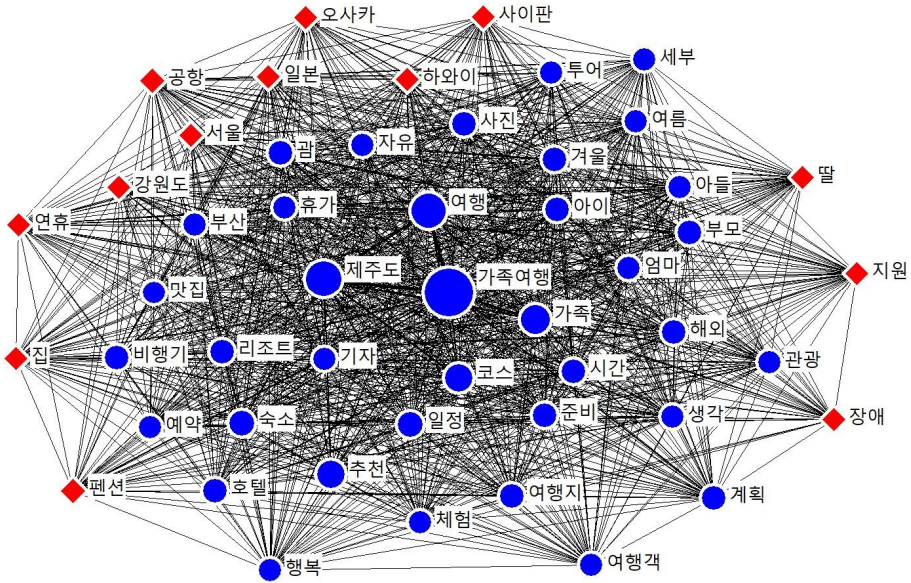
〈그림 3〉과 〈그림 4〉는 가족여행과 나홀로여행의 네트워크를 시각화한 것이며, 연결중심성과 매개중심성을 적용하였다. 연결중심성은 노드의 크기를 이용하여 표시하였으며 매개중심성은 노드의 색상과 모양으로 구분하였다. 매개중심성이

높은 단어들은 파란색의 원으로, 매개중심성이 낮은 단어들은 붉은 색의 다이아몬드 모양으로 표시하였다.

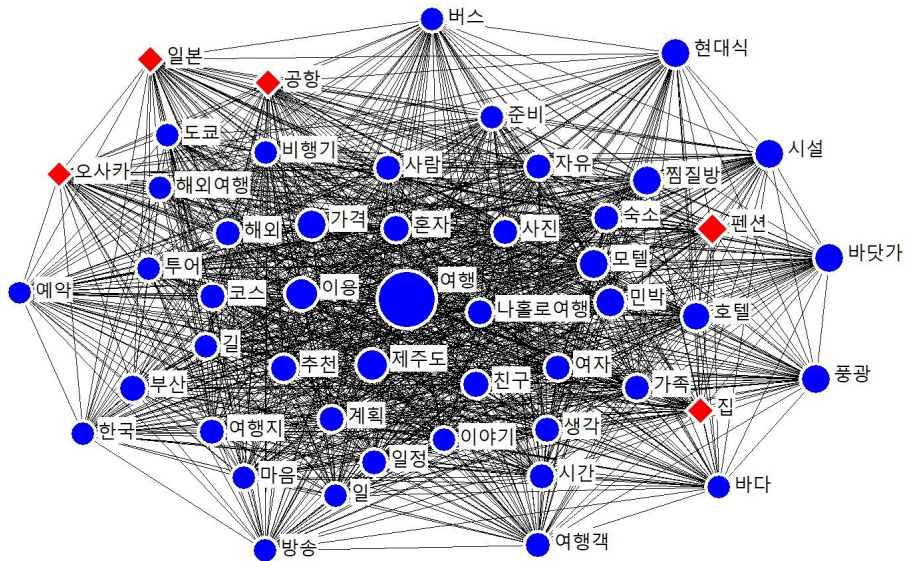
### 3. 구조적 등위성 탐색을 위한 CONCOR 분석

〈그림 5〉와 〈그림 6〉은 가족여행과 나홀로여행 네트워크 데이터의 구조적 등위성을 알아보기 위해 CONCOR 분석을 수행하고 이를 시각화한 결과이다.

〈그림 5〉의 가족여행 네트워크에서 4개의 클러스터가 생성되었으며, 각 클러스터 내 단어들의 관계 형태를 중심으로 명명하였다. 클러스터 1에 포함된 노드들은 여행목적지, 여행시기, 여행상품 등 가족여행 선택 시 전반적으로 고려되는 속성들로 이루어져 ‘가족여행 선택속성’이라 명명하였으며, 클러스터 2에는 가족여행, 부모, 예정, 준비, 시간, 지역, 항공, 숙박, 자연, 맛집, 추천 등으로 ‘가족여행 추천속성’이라고 명명하였다. 클러스터 3에는 여행객, 여행지, 지원, 프로그램, 이벤트, 진행, 제공, 기자, 장애, 동반 등으로 ‘가족여행 지원속성’이라 명명하였으며, 클



〈그림 3〉 가족여행 네트워크

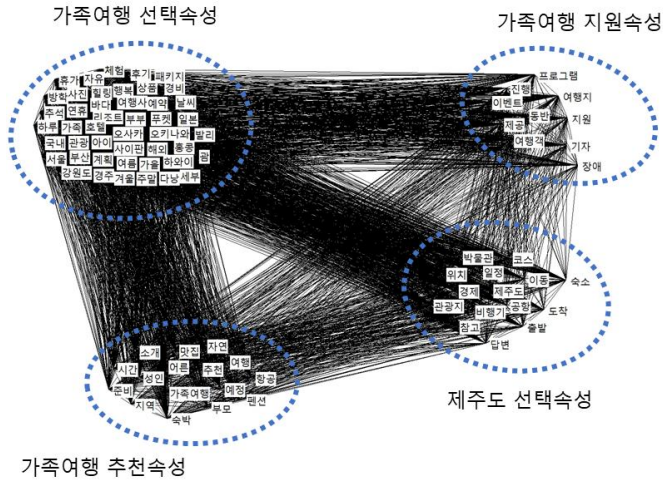


〈그림 4〉 나홀로여행 네트워크

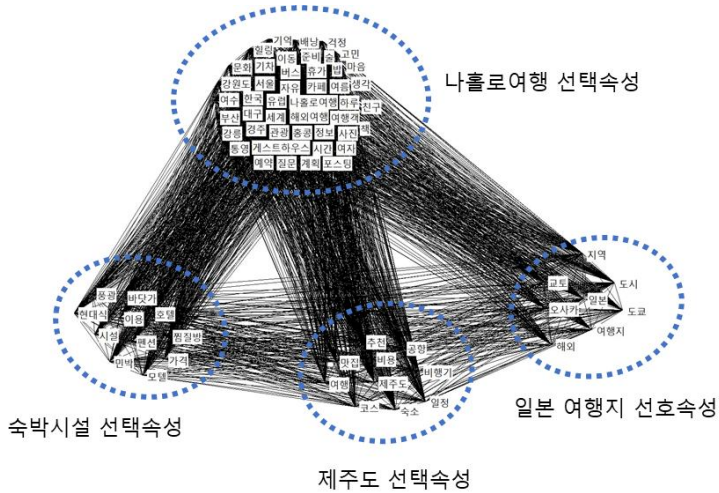
러스터 4의 경우 제주도, 공항, 출발, 도착, 이동, 숙소, 위치, 일정, 관광지, 코스, 답변 등 가족여행에서 가장 선호되는 관광목적지인 제주도

여행 관련 단어들도 구성되어 '가족여행객의 제주도 선택속성'이라 명명하였다.

〈그림 6〉의 나홀로여행 네트워크의 구조적 등



〈그림 5〉 가족여행 CONCOR 분석



〈그림 6〉 나홀로여행 CONCOR 분석

위성에서도 4개의 클러스터를 생성하였으며 각 클러스터에 구성되어 있는 등위적인 단어들의 관계를 고려하여 명명하였다. 가장 큰 그룹인 클러스터 1에는 여행목적지, 여행시기, 여행상품 등 나홀로여행 선택 시 전반적으로 고려되는 단어들이 포함되어 '나홀로여행 선택속성'이라 명명하였으며, 클러스터 2에는 현대식, 시설, 풍광, 바닷가, 가격, 이용, 호텔, 펜션, 모텔, 민박, 찜질방

등 숙박시설 관련 단어들로 구성되어 '나홀로여행 숙박시설 선택속성'이라 명명하였다. 클러스터 3에는 제주도, 여행, 공항, 비행기, 일정, 비용, 숙소, 코스 등 나홀로여행에서 가장 선호되는 관광목적지인 제주도 국내여행 관련 단어들도 구성되어 '나홀로여행객의 제주도 선택속성'이라 명명한 반면, 클러스터 4에는 해외, 여행지, 도시, 지역, 일본, 도쿄, 오사카, 교토 등 해외여행

관련 단어들로 구성되어 '나홀로여행객의 일본 여행지 선호속성'으로 명명하였다.

## V. 결론

본 연구는 소셜 빅데이터를 이용하여 한국의 여행트렌드를 파악하고 기존의 설문조사방법과는 다른 접근법으로 새로운 시사점을 도출하는데 있다. 개별관광을 가족여행과 나홀로여행으로 분류하고, 각 검색키워드를 이용하여 국내 포털 사이트에서 텍스트 데이터를 수집하여 네트워크 분석을 실시하였다. 본 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 가족여행과 나홀로여행의 주요 연관 단어 빈도분석결과 여행목적지, 숙박형태, 여행시기, 여행기간 등 전반적인 여행속성들이 모두 상위에 노출되고 있었다. 특히 가족여행과 나홀로여행 모두에서 제주도의 웹가시성이 높았으며, 이는 제주도가 가족여행객과 나홀로여행객이 가장 선호하는 여행목적지임을 시사해준다. n개의 단어가 동시출현하는 n-gram 분석결과, 가족여행에서는 '제주도'와 '가족여행' 단어쌍이 가장 빈도가 높았으며, '가족여행'과 동시출현한 단어로 '코스', '계획', '추천', '준비', '아이', '지원', '숙소' 등의 빈도가 높게 나타났다. 나홀로여행에서는 '제주도'와 '여행' 단어쌍이 가장 빈도가 높았으며, '여행'과 동시출현한 단어로 '계획', '이용', '찜질방', '가격', '코스', '기술' 등의 빈도가 높게 나타났다. 가족여행과 나홀로여행의 2-gram 빈도분석결과에서 여행목적지로서 특정 국가 혹은 도시 이름이 가족여행과 나홀로여행의 단어와 쌍을 이루며 동시출현하고 있었다. 다시 말해, 다양한 여행속성 중에서도 여행목적지가 각 유형별 여행에서 상당히 중요한 의미를 지니고 있음을 알 수 있다. 주요 연관단어 빈도분석과 n-gram 분석결과에서 상위에 노출된 단어 및 단어쌍은 가족

여행과 나홀로여행에서 수요자들이 가장 중요하게 생각하는 요소라 할 수 있다. 가족여행과 나홀로여행의 주요 연관 단어들은 여행 속성에 따라 여행지, 여행시기, 여행일수, 교통, 숙박형태, 여행선택, 여행동기, 여행예약 등으로 분류되었으며, 여행유형별 특성을 살펴볼 수 있었다.

가족여행과 나홀로여행의 여행속성에 대한 결과는 실무적인 차원에서 많은 시사점을 제공해준다. 정부, 지방자치단체, 관광목적지 기구 등은 국내 관광시장을 여행유형별로 세분화하여 수요자 맞춤형 관광정책을 수립할 필요가 있으며, 각 여행유형별로 상위에 노출된 단어 즉 수요자들의 의견과 관심사를 충분히 반영하여야 할 것이다. 즉 가족여행객과 나홀로여행객이 선호하는 여행목적지를 차별화하여 개발하고, 각 여행유형별 선호하는 여행시기와 여행일수를 고려한 관광상품개발, 교통 및 숙박 인프라 개선, 여행동기 장려, 그리고 여행예약 해결방안을 모색하여야 할 것이다. 가족여행과 나홀로여행의 여행목적지에서 국내 여행지보다 해외 국가 및 도시가 두드러지게 나타나고 있는 것은 주목할 필요가 있다. 국내 관광시장을 활성화하고 한국의 관광경쟁력을 높이기 위해서는 국내의 가족여행객과 나홀로여행객을 지역으로 유인할 수 있는 전략과 마케팅 수립이 절실함을 시사해준다. 여행예약에서는 각 유형별 제약요인을 해소할 수 있는 방안을 모색하여야 할 것이다. 장애인 아동 혹은 노약자 부모님을 동반하는 가족여행의 확대를 위해 무장애 관광이 가능한 환경을 조성할 필요가 있으며, 나홀로여행에서는 여행에서 발생할 수 있는 위험요인들을 최소화할 수 있는 법적·제도적 기반을 마련하여 안전하게 여행할 수 있는 환경을 조성하여야 할 것이다.

둘째, 소셜 네트워크 분석에서 중요한 개념인 중심성을 이용하여 가족여행과 나홀로여행의 네트워크에서 각 노드(단어)들의 역할과 지위를 살펴보았다. 가족여행과 나홀로여행 네트워크에서

주요 연관 단어의 빈도가 높은 단어들은 전반적으로 연결중심성, 근접중심성, 매개중심성, 아이겐벡터중심성도 높게 나타나고 있었으며, 일부 중심성에서는 특정 단어가 두드러지고 있었다. 연결중심성 분석에서 가족여행은 가족구성원을 고려한 관광코스, 숙소, 입소문이, 나홀로여행은 숙박시설의 다양성, 현대식 시설, 가격, 주변 풍경이 영향력을 가지고 있었다. 가족여행에서 '코스'의 아이겐벡터 중심성이 상대적으로 높게 나타났으며, 나홀로여행에서는 '사진'의 매개중심성과 아이겐벡터 중심성이 높게 나타났다. 연구 결과를 요약하면, 가족여행에서는 가족구성원들과 미리 정해진 관광코스 혹은 추천 관광지를 여행하고자 하는 욕구가 강한 반면, 나홀로여행에서는 여행자 스스로가 여행일정을 계획하고 자유롭게 여행하면서 사진촬영이라는 활동을 선호하고 있음을 알 수 있었다. 따라서 가족여행이나 나홀로여행 관광수요층을 타겟으로 하고 있는 지방자치단체나 관광목적지는 수요자의 욕구를 충분히 파악하고 이를 충족시킬 수 있는 관광상품을 개발하여야 할 것이다. 예를 들면, 가족여행객과 나홀로여행객이 가장 선호하는 국내 대표 관광목적지인 제주도의 경우 가족여행객을 위한 관광코스 개발과 나홀로여행객을 위한 사진찍기 좋은 명소를 발굴하여 적극적으로 홍보하여야 할 것이다. 또한 가족여행객과 나홀로여행객이 선호하는 수요자 맞춤형 숙박시설을 제공할 필요가 있다.

셋째, 가족여행과 나홀로여행 네트워크의 구조적 등위성을 알아보기 위해 CONCOR 분석을 실시하고 이를 시각화하였다. 가족여행 네트워크에서 생성된 4개의 클러스터는 '가족여행 선택속성', '가족여행 추천속성', '가족여행 지원속성' 및 '가족여행객의 제주도 선택속성'으로 명명하였다. 나홀로여행 네트워크에서도 4개의 클러스터를 생성하였으며, 각 클러스터에 포함된 단어들의 특성을 고려하여 '나홀로여행 선택속성', '나홀로여행 숙박시설 선택속성', '나홀로여행객의 제주

도 선택속성', 그리고 '나홀로여행객의 일본여행지 선호속성'으로 명명하였다. 가족여행과 나홀로여행 네트워크에서 '여행속성' 클러스터는 공통적으로 나타나고 있지만 가족여행에서는 '여행추천 속성', '여행지원 속성'이 두드러지는 반면, 나홀로여행에서는 '숙박시설'과 여행목적지로서의 '제주도 선택속성'과 '일본 선호속성'이 각각의 클러스터를 형성하고 있다. 따라서 각 유형별 속성을 더 구체적으로 분석할 필요가 있다. 가족여행객의 국내여행 활성화를 위해 다양한 여행지원 정책을 마련할 것을 제안하며, 나홀로여행객을 위한 숙박시설 확대 및 관련 제도 개선도 요구된다. 그리고 가족여행객이 괌, 일본, 세부, 오사카, 사이판, 하와이, 홍콩, 발리, 푸켓, 다낭, 오키나와, 대만, 태국 등을, 나홀로여행객이 일본의 도쿄, 교토, 오사카 등의 국가 혹은 도시를 여행목적지로 선호하는 이유를 조사하여 국내 여행목적지의 경쟁력을 강화시켜야 할 것이다.

본 연구는 나홀로여행, 가족여행 등 최근 국내외 여행트렌드를 반영하여 연구주제를 선정하였으며, 전통적인 실증연구방법과는 다른 관점에서 접근하였다는 점에서 학술적 가치가 있다. 특히 과학적이고 체계적인 접근법으로 인식되고 있는 빅데이터 분석을 통해 시간과 비용을 절감하면서 연구의 효용성을 높일 수 있었다. 본 연구결과는 한국인의 가족여행과 나홀로여행의 여행 트렌드를 파악하고 각 여행유형별로 관광정책 수립 및 관광마케팅 활성화 방안을 모색하는데 기여할 수 있을 것으로 사료된다. 그리고 문화체육관광부와 한국관광공사가 수행한 국민여행실태조사, 여행트렌드 빅데이터 분석결과를 보완해주는 참고자료로 활용가치가 있을 것이다. 본 연구의 한계로는 소셜 빅데이터를 이용한 한국인의 여행트렌드 분석에 있어 페이스북, 트위터, 유튜브, 인스타그램 등 소셜미디어의 데이터가 제외되었다는 점이다. 따라서 텍스트뿐만 아니라 이미지, 사진, 동영상 등 다양한 형태의 데이터를 이용한 후속

연구가 이루어져야 할 것이다. 미래연구로 정부가 제공하는 공공데이터나 국민여행실태조사, 외래관광객실태조사 등 각종 서베이 데이터를 활용하여 네트워크 분석을 실시하고 새로운 관점에서 의미 있는 시사점을 도출해 낼 필요가 있다. 마지막으로 소셜 빅데이터를 이용하여 단기 관광수 예측 혹은 관광목적지 방문객 예측 등에 관한 연구도 이루어져야 할 것이다.

### 참고문헌

- 곽기영(2017). 『소셜 네트워크 분석(제2판)』, 서울: 도서출판 청람.
- 권용주(2001). 가족여행 목적지 선택에 있어서 주부의 영향력에 관한 연구. 『호텔관광연구』, 7(0), 353-372.
- 김미경·김지은(2016). '나홀로 여행'동기에 따른 제약요인 인식과 참여의도 차이 연구: 대구 경북지역 대학생을 대상으로. 『Tourism Research』, 41(3), 1-17.
- 김민형·장준호·황영현(2013). 국내 가족관광객의 소비지출 구조에 관한 연구. 『관광레저연구』, 25(5), 5-20.
- 김복순·장호찬·이소연(2005). 가족여행 의사결정에 있어서 자녀의 영향력. 『관광학연구』, 29(2), 215-234.
- 문화체육관광부(2017). 『2016 국민여행실태조사』. 세종시.
- 문화체육관광부 보도자료(2017. 3. 2). '실속' 중심으로 생활을 재편한다 : 거대자료(빅데이터) 통해 소비, 여행, 청년, 환경, 정보기술(IT) 등 5개 분야에 대한 2016년 트렌드 분석. [http://www.mcst.go.kr/web/s\\_notice/press/pressView.jsp?pMenuCD=0302000000&pSeq=15931&pTypeDept=&pSearchType=&pSearchWord=&pCurrentPage=1](http://www.mcst.go.kr/web/s_notice/press/pressView.jsp?pMenuCD=0302000000&pSeq=15931&pTypeDept=&pSearchType=&pSearchWord=&pCurrentPage=1)
- 박경열(2018). 사회연결망 분석을 이용한 한국관광학회지 공저자 네트워크 특성 분석: 관광학연구 공저자를 중심으로. 『관광학연구』, 42(6), 173-191. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2018.42.6.173.191>
- 박득희·이계희·김혜선(2015). 사회네트워크 분석을 활용한 방한 중국인 단체 관광객과 개별 관광객 간 관광목적지 네트워크에 관한 비교 연구. 『관광연구저널』, 29(7), 121-133.
- 박득희·이대은·가정혜·이계희(2015). 사회네트워크 분석을 이용한 방한 외래관광객의 관광목적지 선택 연구. 『관광연구저널』, 29(9), 5-19.
- 백혜진·이충기·김진옥(2015). 나홀로 국내 여행객의 여행계약, 협상, 태도 및 행동의도 간 구조관계 연구: 20~40대 1인 가구를 중심으로. 『관광레저연구』, 27(1), 115-134.
- 심창섭·김정아(2017). 실존적 진정성 추구가 자유여행 및 나홀로여행 선호에 미치는 영향: 연령의 조절효과를 중심으로. 『관광학연구』, 41(6), 151-166. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2017.41.6.151.166>
- 오익근·이태숙·전채남(2015). 빅데이터 분석을 통한 한국관광 인식에 관한 연구. 『관광학연구』, 39(10), 107-126.
- 유숙희·이훈(2017). 사람들은 왜 혼자 여행을 떠나는가. 『관광학연구』, 41(6), 81-99. <http://dx.doi.org/10.17086/JTS.2017.41.6.81.99>
- 윤정현(2010). 가족관광객의 관광동기, 관광지 선택 속성 및 관광만족의 영향관계. 『관광레저연구』, 22(5), 283-301.
- \_\_\_\_\_(2014). 가족관광 촉진요인이 가족관광 참여 및 가족역동성에 미치는 영향에 관한 연구. 『관광레저연구』, 26(4), 27-48.
- 윤현주·엄서호(1998). 가족여행 의사결정에 있어서 가족구조의 영향력에 관한 연구. 『Tourism Research』, 12, 299-310.
- 이미경·박지원·박한우·Smith M. (2015). 소셜미디어를 활용한 국제회의 네트워크 분석: 세계인터넷전문가총회(IR15) 트위터 사례를 중심으로. 『관광연구』, 30(3), 223-246.
- 이하정(2005). 가족성향이 가족관광 의사결정에 미

- 치는 영향. 『관광정책학연구』, 11(2), 99-115.
- 이후석 · 이하정(2004). 여성역할유형이 가족관광 의사결정에 미치는 영향. 『관광연구저널』, 18(2), 297-308.
- 최경은 · 안희자(2014). 『최근 관광트렌드 분석 및 전망』. 서울: 한국문화관광연구원.
- 한국관광공사 보도자료(2017. 12. 14). 빅데이터로 살펴본 17/18 여행 트렌드는 S.T.A.R.T. <https://kto.visitkorea.or.kr/viewer/view.kto?id=52977&type=bd>
- 한국문화관광연구원(2015). 『키워드로 보는 2015 국내외 관광트렌드』, 투어고포커스, 제160호.
- \_\_\_\_\_ (2016). 『키워드로 보는 2016년 세계관광트렌드』, 투어고포커스, 제195호.
- Akhtar, N. (2014). Social network analysis tools. In Communication Systems and Network Technologies (CSNT), 2014 Fourth International Conference on, 388-392. IEEE. DOI: 10.1109/CSNT.2014.83
- Baggio, R., Corigliano, M. A., & Tallinucci, V. (2007). The websites of a tourism destination: A network analysis. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 279-288. [https://doi.org/10.1007/978-3-211-69566-1\\_26](https://doi.org/10.1007/978-3-211-69566-1_26)
- Benckendorff, P. (2009). Themes and trends in Australian and New Zealand tourism research: A social network analysis of citations in two leading journals(1994-2007). *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 1-15.
- Benckendorff, P., & Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 43, 121-149.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Freeman, L. C. (2014). Ucinet. In: Alhajj R., Rokne J. (eds) Encyclopedia of social network analysis and mining, 2261-2267. Springer, New York. [https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6170-8\\_316](https://doi.org/10.1007/978-1-4614-6170-8_316)
- Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D. J., & Labianca, G. (2009). Network analysis in the social sciences. *Science*, 323(5916), 892-895.
- Chae, Y. B. (2014). A study on influence of family members' conflict-inducing factors on travel behaviors during family travel. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28(10), 61-71.
- Chen, J. S., Wang, W., & Prebensen, N. K. (2016). Travel companions and activity preferences of nature-based tourists. *Tourism Review*, 71(1), 45-56.
- D'Agata, R., Gozzo, S., & Tomaselli, V. (2013). Network analysis approach to map tourism mobility. *Quality & Quantity*, 47(6), 3167-3184.
- Di Pietro, L., Di Virgilio, F., & Pantano, E. (2012). Social network for the choice of tourist destination: Attitude and behavioural intention. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 3(1), 60-76.
- Laesser, C., Bertelli, P., & Riklin, T. (2016). Solo travel: Explorative insights from a mature market(Switzerland). Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally. 57. [http://scholarworks.umass.edu/ttra/2007/Presented\\_Papers/57](http://scholarworks.umass.edu/ttra/2007/Presented_Papers/57)
- Lee, M. K., Yoon, H. Y., & Park, H. W. (2017a). From online via offline to online: How online visibility of tourism information shapes and is shaped by offline visits. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(9), 1143-1154. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1330727>
- \_\_\_\_\_ (2017b). Network analysis of tourist destinations: the case of Daegu city, South Korea. *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 19(3A), 1155-1165.

- Lee, M. K., Yoon, H. Y., Smith, M., Park, H. J., & Park, H. W. (2017). Mapping a Twitter scholarly communication network: A case of the association of internet researchers' conference. *Scientometrics*, *112*(2), 767-797. <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2413-z>
- Leung, X. Y., Wang, F., Wu, B., Bai, B., Stahura, K., & Xie, Z. (2012). A social network analysis of overseas tourist movement patterns in Beijing: The impact of the olympic games. *International Journal of Tourism Research*, *14*, 469-484.
- Liu, S. C., Choi, T. M., & Lee, W. T. (2008). Tourists' satisfaction levels and shopping preferences under the solo travel policy in Hong Kong. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, *12*(3), 351-364.
- Luo, Q., & Zhong, D. (2015). Using social network analysis to explain communication characteristics of travel-related electronic word-of-mouth on social networking sites. *Tourism Management*, *46*, 274-282.
- Piazzzi, R., Baggio, R., Neidhardt, J., & Werthner, H. (2011). Destinations and the web: A network analysis view. *Information Technology & Tourism*, *13*(3), 215-228.
- Racherla, P., & Hu, C. (2010). A social network perspective of tourism research collaborations. *Annals of Tourism Research*, *37*(4), 1012-1034.
- Radojevic, T., Stanic, N., & Stanic, N. (2015). Solo travellers assign higher ratings than families: Examining customer satisfaction by demographic group. *Tourism Management Perspectives*, *16*, 247-258.
- Scott, N., Baggio, R., & Cooper, C. (2008). *Network analysis and tourism: From theory to practice*. Channel View Publications.
- Shin, H. (2006). Network characteristics of drive tourism destinations: An application of network analysis in tourism. *Tourism Management*, *27*, 1029-1039.
- Tran, M. T., Jeeva, A. S., & Pourabedin, Z. (2016). Social network analysis in tourism services distribution channels. *Tourism Management Perspectives*, *18*, 59-67.
- Yang, R., & Tung, V. W. S. (2018). How does family influence the travel constraints of solo travelers? Construct specification and scale development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *35*(4), 507-516. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1363685>
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2018). Same, same, but different: The influence of children in asian family travel. *In Asian Cultures and Contemporary Tourism*, 61-78. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-7980-1\\_4](https://doi.org/10.1007/978-981-10-7980-1_4)

<http://kosis.kr>

<http://kto.visitkorea.or.kr>

<http://trend.logger.co.kr>

<http://www.textom.co.kr/home/main/main.php>

<http://www2.unwto.org/content/why-tourism>

<https://datalab.naver.com>

<https://trends.google.com/trends>

2018년 7월 29일 최초투고논문 접수

2018년 9월 7일 최종심사완료 및 게재확정 통보

2018년 9월 12일 최종논문 도착

3인 익명심사 畢